阿里妈妈违规行为管理规范

2024-01-10

本规范于 2023 年 6 月 5 日首次生效，2024 年 4 月 9 日最新修订。

第一章 适用范围与定义

第一条【适用范围】

适用于阿里妈妈平台所有用户。（阿里妈妈平台包括但不限于直通车、引力魔方、万相台、超级互动城、品销宝、UD、万相台无界版等产品，下同）

第二条【定义】

违规处理，指阿里妈妈针对用户的违规行为采取的具有惩戒性质的处理措施。

第二章 原则

第三条【平等】

用户在阿里妈妈平台违规处理的适用上一律平等。

第四条【减免、从轻等替代措施】

除违反法律规定外，用户首次、非故意或轻微违规的，视具体情节享有减免、从轻、自检自查、教育学习等替代性处理的机会。

第五条【累犯从重、加重】

用户累犯将从重或加重处理。

第三章 违规处置程序

第六条【违规信息来源】

违规处理的信息来源包括：

（一）阿里妈妈基于大数据主动排查；

（二）行政管理部门的通报、通知；

（三）司法机关的法律文书；

（四）投诉、举报；

（五）新闻媒体曝光；

（六）检测报告;

（七）其他合法合规渠道。

第七条【违规行为判定】

违规处理的判定方式包括:

（一）国家行政管理部门、司法机关的认定;

（二）阿里妈妈判定;

（三）大众评审判定。

用户违反本规范的，阿里妈妈可对违规性质、严重程度等进行独立判定，并按本规范规定给予相应处罚，阿里妈妈对处理结果免责。阿里妈妈在发现及查处用户违规行为过程中所使用的数据（如有）以阿里妈妈统计的为准。

第八条【违规行为处理】

阿里妈妈针对用户的违规行为先进行纠正，消除不利影响；同时，根据判定结果的情节严重程度，阿里妈妈可采取如下处理措施:

（一）公示警告;

（二）暂停/终止账户权限;

（三）暂停/终止推广权限;

（四）违规商品或信息处置;

（五）关联影响;

（六）扣除账户可用余额;

（七）其他处理措施。

第九条【违规行为扣分及节点】

（一）违规行为成立后，阿里妈妈对用户进行扣分，违规行为的扣分在每个自然年度内累计。当扣分达到节点时，阿里妈妈对用户采取相应的节点处理措施;

（二）用户因单次违规扣分较大，导致累计扣分满足多个节点处理条件的，或在违规处理期间又需执行同类节点处理的，依次执行多个处理措施;

（三）被执行节点处理的用户，当其全部违规行为被纠正、节点处理措施执行完毕且节点处理措施期限届满后，方可恢复正常状态；

（四）用户的累计违规扣分在每年的 12 月 31 日 23 时 59 分 59 秒清零，但正在执行的违规处置措施不会随着累计扣分清零而撤销；

（五）A 类违规扣分累计达 48 分及以上的，平台将按照要求查封账户并扣除账户可用余额，不适用年度累计扣分清零要求；B 类、C 类违规若累积扣分达到 48 分，在扣分清零前，每增加 12 分，暂停服务天数皆为 90 天。

第十条 【违规扣分累计限制】

第十条 【违规扣分累计限制】

阿里妈妈有权根据违规类型与违规的严重程度暂停或终止用户的阿里妈妈服务；如用户在阿里妈妈平台达到违规累计计分节点，平台将按照以下形式进行对应处罚：

场景	累计扣分值	A 类违规行为	B 类违规行为	C 类违规行为
万相台无界版 **(一级场景违规、二级场景违规)**	12 分	7 天	3 天	3 天
	24 分	90 天	7 天	7 天
	36 分	清退	30 天	30 天
	48 分	清退	90 天	90 天
	36 分	7 天	3 天	3 天

万相台无界版 **(账户违规)**	48分	90 天	7 天	7 天
	60分	清退	30天	30天
	72分	清退+扣除账户可用余额	90天	90天
阿里妈妈其他 **产品(账户违规)**	12分	7 天	3 天	3 天
	24分	90 天	7 天	7 天
	36分	清退	30天	30天
	48分	清退+扣除账户可用余额	90天	90天

万相台无界版使用一级场景进行累计计分包括：关键词推广、人群推广、全媒体智投、货品运营

第十一条【违规处置通知】

阿里妈妈通常会通过站内信、推广后台体检中心平台对用户的违规处理进行通知，用户应当及时查看通知并删除违规信息。

第十二条【处置措施解除与违规申诉】

（一）针对违规行为，阿里妈妈将视用户行为、商品及信息风险的消除情况，进行解除或部分解除；

（二）针对违规处理，用户在规定的期限内可发起申诉，阿里妈妈根据申诉信息进行审核判断，申诉成立，撤销违规处理；逾期未申诉或申诉不成立，违规处理不中止、不撤销。

第四章 违规行为类型及扣分

第十三条【违规行为分类】

内容违规行为分为 A 类违规、B 类违规、C 类违规，三者独立扣分、分别累计、分别执行。

资质、资金等其他风险违规，平台将按照情节严重程度直接采取处置措施。

第十四条【消费者反馈认定】

部分违规行为，阿里妈妈将引入消费者反馈进行认定，阿里妈妈会基于消费者反馈认定的事实严格依规执行。

第十五条【A 类违规处置措施】

【违规类型】A 类违规行为

【违规处理措施】平台视情节严重程度可采取推广商品或信息下线、推广商品或信息删除、限制账户使用权限、限制资源位推广权限、限制用户登录平台等措施。

（一）用户违反行为情节一般的，每次扣 A 类 2-6 分；

（二）用户违反行为情节较重的，每次扣 A 类 12 分；

（三）用户违反行为情节严重的，每次扣 A 类 24 分；

（四）用户违反行为情节恶劣的，每次扣 A 类 48 分；

第十六条【A 类一般违规扣分区间】

内容管控要求	风险分类	一般违规
色情类	禁限售风险	6 分
盗版及投诉	知识产权法	6 分

涉嫌假冒商品	知识产权法	6 分
图片遮盖涂抹	知识产权法	6 分
国家信息-一般违规	禁限售风险	3 分
军警类商品或信息	禁限售风险	3 分
扰乱交通秩序	禁限售风险	3 分
扰乱财务秩序	禁限售风险	3 分
扰乱教育培训	禁限售风险	3 分
保护动植物	禁限售风险	3 分
毒品及危险化学品	禁限售风险	3 分
扰乱医疗保健秩序	禁限售风险	3 分
非法政治	禁限售风险	3 分
赌博	禁限售风险	3 分
危险武器	禁限售风险	3 分
扰乱生活服务秩序	禁限售风险	3 分
虚拟类禁售-严重	禁限售风险	3 分
国家信息-信息描述	禁限售风险	3 分
扰乱网络秩序	禁限售风险	3 分
烟类	禁限售风险	3 分
封建迷信	禁限售风险	3 分

扰乱营销秩序	禁限售风险	3 分
涉嫌品牌侵权	知识产权法	3 分
侵权描述	知识产权法	2 分
发布混淆信息	知识产权法	2 分
品牌资质	知识产权法	2 分
图片/信息侵权	知识产权法	1 分
音频侵权	知识产权法	1 分
视频侵权	知识产权法	1 分
其他淘宝禁售	禁限售风险	0 分
军警党政标识	禁限售风险	0 分
信息类封建迷信	禁限售风险	0 分
国家信息-轻微违规	禁限售风险	0 分
烟类-周边	禁限售风险	0 分
窃听监视屏蔽设备	禁限售风险	0 分
特许商品	知识产权法	0 分
权利人投诉	知识产权法	0 分
滥发品牌信息	知识产权法	0 分

第十七条【B 类违规处置措施】

【违规类型】B 类违规行为

【违规处理措施】平台视情节严重程度可采取推广商品或信息下线、推广商品或信息删除、限制账户使用权限、限制资源位推广权限、限制用户登录平台等措施。

（一）用户违反行为情节一般的，每次扣 B 类 0-6 分；

（二）用户违反行为情节较重的，每次扣 B 类 6-12 分；

（三）用户违反行为情节严重的，每次扣 B 类 12-24 分；

（四）用户违反行为情节恶劣的，每次扣 B 类 24-48 分；

第十八条【B 类一般违规扣分区间】

内容管控要求	风险分类	一般违规
壮阳功能	广告相关法规	3 分
丰胸功能	广告相关法规	3 分
缩阴功能	广告相关法规	3 分
成人用品	平台体验	3 分
减肥功能	广告相关法规	2 分
保健功效用语	广告相关法规	1 分
药品药械	广告相关法规	1 分
疾病治疗功能/医疗用语	广告相关法规	1 分
增高功能	广告相关法规	1 分
软色情	广告相关法规	1 分
夸大虚假-近视	广告相关法规	1 分
安全隐患类	广告相关法规	0 分

奶粉类要求	广告相关法规	0 分
殡葬类	广告相关法规	0 分
夸大虚假	广告相关法规	0 分
绝对化用语	广告相关法规	0 分
描述不符	广告相关法规	0 分
违背公序良俗	广告相关法规	0 分
权威推荐	广告相关法规	0 分
有奖销售要求	广告相关法规	0 分
不正当竞争	广告相关法规	0 分
个人隐私	广告相关法规	0 分
病症类图示	广告相关法规	0 分
房地产相关要求	广告相关法规	0 分
特殊资源位夸大虚假	广告相关法规	0 分
化妆品非正装	广告相关法规	0 分
医疗健康特殊要求	广告相关法规	0 分
代购商品	广告相关法规	0 分
阿里推荐/标识	广告相关法规	0 分
错放类目/属性	广告相关法规	0 分
外网信息	广告相关法规	0 分

诱骗点击	广告相关法规	0 分
护照送关	广告相关法规	0 分
丑陋类图片	广告相关法规	0 分
负面/敏感营销	广告相关法规	0 分
情趣内衣-真人展示	广告相关法规	0 分
无实物广告商品	广告相关法规	0 分
驰名商标	广告相关法规	0 分
化妆品-儿童肖像	广告相关法规	0 分
三品诱导描述	广告相关法规	0 分
驰名商标/免单/好评返现	广告相关法规	0 分
时限性文案	广告相关法规	0 分
低价信息	广告相关法规	0 分
化妆品品牌资质	广告相关法规	0 分
医药保健广审要求	广告相关法规	0 分
特殊资源位-禁推	广告相关法规	0 分
突发不合格	广告相关法规	0 分
二手商品	平台体验	0 分
其他禁推规则	平台体验	0 分
商品主体不明确	平台体验	0 分

肖像/剧照资质	资质管理	0 分
媒体推荐资质	资质管理	0 分
淘宝数据资质	资质管理	0 分
化妆品功效资质	资质管理	0 分
初级农产品	资质管理	0 分
房地产行业资质	资质管理	0 分
电器类行业资质	资质管理	0 分
进出口资质	资质管理	0 分
卡通资质	资质管理	0 分
奖项/专利资质	资质管理	0 分
线下数据	资质管理	0 分
自发活动资质	资质管理	0 分
联合推广	资质管理	0 分
化妆品功效资质	资质管理	0 分
聚划算资质	资质管理	0 分

第十九条【C 类违规处置措施】

【违规类型】C 类违规行为

【违规处理措施】平台视情节严重程度可采取推广商品或信息下线、推广商品或信息删除、限制账户使用权限、限制资源位推广权限、限制用户登录平台等措施。

（一）用户违反行为情节一般的，每次扣 C 类 0-1 分；

（二）用户违反行为情节较重的，每次扣 C 类 6 分；

（三）用户违反行为情节严重的，每次扣 C 类 12 分；

（四）用户违反行为情节恶劣的，每次扣 C 类 24 分；

第二十条【C 类一般违规扣分区间】

内容管控要求	风险分类	一般违规
诱导性描述	消费者体验	0 分
品牌信息推广要求	消费者体验	0 分
美观度不佳	消费者体验	0 分
推广内容无效	消费者体验	0 分
身体局部特写	消费者体验	0 分
无实物推广	消费者体验	0 分
文案或图片展示不全	消费者体验	0 分
品类信息限推	消费者体验	0 分
引人不适	消费者体验	0 分
功效类信息限推	消费者体验	0 分
医药行业美观度	消费者体验	0 分
特殊类目要求	消费者体验	0 分
暴露/性感图片	消费者体验	0 分
诱导文案	消费者体验	0 分
特殊明星/网红管控	消费者体验	0 分

过期活动及创意有效期	消费者体验	0 分
焦点图格式规范	消费者体验	0 分
品牌特秀资源位规范	消费者体验	0 分
小黑盒资源位规范	消费者体验	0 分
超级互动城资源位规范	消费者体验	0 分
特殊类目要求	消费者体验	0 分

第二十一条【资质违规处置措施】

【违规类型】资质造假违规

【违规处理措施】平台视情节严重程度可采取账户处罚、账户限制登录等措施。

（一）用户违反行为情节一般的，每次扣 B 类 12 分；

（二）用户违反行为情节严重的，每次扣 B 类 24 分；

（三）用户违反行为情节恶劣的，每次扣 B 类 36 分；

第二十二条【资金违规处置措施】

【违规类型】充值资金风险违规

【违规处理措施】

（一）平台将关闭部分或全部营销产品主动充值权限，商家无法再通过支付宝进行扫码充值，但仍可通过自动充值功能以保障在线计划的正常推广；

（二）经平台调查认定或行政执法机关认定充值资金涉嫌违法犯罪的，平台将对商家营销账户余额执行冻结、不退款等限制措施。

第二十三条【淘宝网同步处罚】

用户因违反《淘宝平台规则总则》、《天猫规则》、《飞猪规则》等被处罚的，阿里妈妈同时有权依违规类型与扣分累计分值区间，按下表所列时间下述规则暂停/终止用户的服务：

（一）天猫商家、飞猪商家在近 90 天（含）因严重违规（出售假冒商品除外）扣分累计达到 24 分的，将被限制使用服务。

（二）淘宝商家在自然年内因严重违规（出售假冒商品除外）累计扣分达到 6 分（含）-12 分（含），则中止服务 30 天；累计扣分达到 12 分（不含）-48 分（不含），则中止服务 90 天；

（三）淘宝商家在自然年内因出售假冒商品累计扣分达到 24 分（含）以上，则中止服务 90 天。

（四）违反《淘宝平台规则总则》、《天猫规则》、《飞猪规则》严重违规行为中“发布违禁信息”相关规定的，自然年内累计扣分达到 48 分（含）以上，则永久清退。

（五）违反《淘宝平台规则总则》、《天猫规则》、《飞猪规则》严重违规行为中“骗取他人财物”相关规定的，自然年内累计扣分达到 48 分（含）以上，则永久清退。

第二十四条【推广信息屏蔽】

如有下述违规情形发生，阿里妈妈同时有权屏蔽相应推广信息：

（一）存在换宝贝行为或错放类目属性的商品。

（二）因违反《淘宝平台规则总则》、《天猫规则》、《飞猪规则》等被执行店铺监管的店铺所有商品。

第二十五条 【账户暂停】

如有下述违规情形发生，阿里妈妈同时有权暂停向用户提供平台服务：

（一）用户不再符合本规范第二章关于用户管理相关要求的，暂停平台服务的时间直至用户符合要求后结束。

（二）店铺因违反《淘宝平台规则总则》、《天猫规则》、《飞猪规则》等被执行全店商品搜索降权、店铺监管等，暂停平台服务的时间直至淘宝或天猫处罚结束的次日结束。特定类目针对处罚解除时间有特殊规定的，从其规定。

（三）经过阿里妈妈排查，其关联账号存在严重违规行为的。【解读】

（四）在使用阿里妈妈或其关联公司其他产品（包括但不限于万相台、品销宝、淘宝客等）服务时因严重违规被暂停的，阿里妈妈或其关联公司其他产品服务恢复后用户可申请开通。

（五）发生其他阿里妈妈认为应当暂停服务的情形。x

第二十六条【账户清退】

如有下述违规情形发生，阿里妈妈同时有权终止向用户提供平台服务，且有权不退还其平台账户中剩余的软件服务费（包括赠款）：

（一）阿里妈妈平台账户 A 类违规行为累计达 48 分及以上的或万相台无界账户 A 类违规行为累计达 60 分及以上；

（二）违反《淘宝平台规则总则》、《天猫规则》、《飞猪规则》等中“发布违禁信息”的相关规定，且扣分达 48 分及以上的；

（三）违规《淘宝平台规则总则》、《天猫规则》、《飞猪规则》等中“骗取他人财物”的相关规定，且扣分达 48 分及以上的；

（四）在使用阿里妈妈或其关联公司其他营销产品（包括但不限于万相台、淘宝客等）服务时因严重违规被终止服务的；

（五）《淘宝服务协议》、《天猫服务协议》、《飞猪服务协议》因任何原因暂停或终止的；

（六）发生其他阿里妈妈认为应当终止服务的情形；

第六章 其他

第二十七条 本规范所称“以上”，包括本数。 上述定义，阿里妈妈如有变更，以阿里妈妈变更后的定义为准。

第二十八条 本规范于 2023 年 6 月 5 日首次生效，2024 年 4 月 9 日最新修订。用户的行为，发生在本规范修订前的，适用当时的规范；发生在本规范修订以后的，适用本规范。